

## ABSTRAK

Ahmad Sanusi (2170100021)

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN SGD Bandung

### **FENOMENA DAKWAH DI ERA MEDIA BARU**

(Studi Fenomenologi tentang Literasi Media Materi Keislaman  
di Kalangan Generasi Milenial di Kabupaten Karawang)

Perkembangan teknologi dan informasi telah merubah wajah dunia beserta para penghuninya, era media baru saat ini menjadikan sebaran informasi seolah terjangkau badai yang sulit di bendung. Perubahan tersebut turut mempengaruhi kebiasaan dan karakteristik generasi milenial yang saat ini menjadi pemilik “zaman now”. Kalau anak zaman dulu, belajar agama di mulai di langgar, madrasah diniyah, maupun pesantren dengan guru dan kitab rujukan yang jelas sehingga literasi keagamaannya kuat. Sedangkan anak “zaman now” lebih sering mendapatkan dan menjadikan rujukan informasi dari media online dalam literasi keagamaannya. Keseluruhan fenomena tersebut menjadi sangat menarik bila dikaji dalam perspektif literasi media, dimana fenomenologi melihat pada aspek bagaimana perilaku keagamaan generasi milenial, khususnya dalam hal ini, kaum muda muslim di Kabupaten Karawang dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan informasi dan materi keislaman dalam berbagai bentuk media. Konsep literasi media saat ini lebih luas dari fokus tradisionalnya pada media cetak dan media audiovisual, tetapi juga mencakup internet dan media baru lainnya. Terkait dengan dakwah, fenomena sosial ‘zaman now’ tersebut sekaligus juga menjadi fenomena dalam kegiatan dakwah. Bagi *da'i*, tantangannya adalah bagaimana bisa membumikan ajaran islam yang tertera dalam al-Qur'an kepada para pengguna media baru. Sementara di sisi lain, bagi generasi milenial, dibutuhkan keterampilan dan keahlian khusus dalam menguasai dan mengelola informasi dalam bermedia, khususnya mengenai materi-materi keislaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kecakapan literasi media generasi milenial di Kabupaten Karawang dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan informasi dan materi keislaman dalam berbagai bentuk media. Dalam penelitian ini, perilaku keagamaan generasi milenial tersebut dibedah menggunakan paradigma interpretik dengan pendekatan fenomenologi dan metode kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui generasi milenial di Kabupaten Karawang sudah dapat dikatakan *media literate*. Sehingga bila dikaitkan dengan konteks fenomena dakwah di era media baru, pendekatan dakwah berbasis media adalah tepat dan relevan karena masyarakatnya sudah *media literate*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong para *da'i*, lembaga-lembaga dakwah, dan ormas Islam untuk mengemas materi keislaman secara menarik dalam berbagai bentuk format media, membuat aplikasi-aplikasi keislaman, dan memperbanyak digitalisasi kitab-kitab klasik otoritatif yang mudah diakses dan dipelajari oleh generasi milenial. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi perguruan tinggi berbasis Islam sebagai lembaga yang menghasilkan para calon *da'i* untuk meningkatkan mutu lulusannya. Secara akademis, diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya, terutama dalam kaitannya dengan dakwah di media. Sedangkan bagi generasi milenial untuk semakin cerdas menggunakan media dengan lebih meningkatkan lagi keterampilan literasi mediana, terutama pada kecakapan analisis dan evaluasinya.

Kata Kunci: Dakwah, media baru, generasi milenial, literasi media, materi keislaman